

УДК 008

Гоц Людмила Сергіївна,
кандидат культурології, доцент кафедри
культурології та інформаційних комунікацій
Національної академії керівних кадрів
культури і мистецтв
milahobotya93@gmail.com

МЕДІА-ВІЙНИ КРИЗЬ ПРИЗМУ CINEMA STUDIES: МІЖ ФУКО ТА БОДРІЯРОМ

Мета статті – дослідження та експлікація культурних меседжів ігрового фільму студії Walt Disney Pictures «Оз: Великий і Могутній» (2013 р.). Цей кінонарратив є яскравим та резонансним взірцем репрезентацій ауто-рефлексії творців кіно-індустрії щодо історії, соціальної ролі і надпотужного впливу кінематографа як медіума, посередника між творцями та реципієнтами кіно-продукції. **Методологія** дослідження в рамках медіа-культурології та cinema studies базується на структурно-функціональному підході та таких основних методах: формальний аналіз, герменевтичний та семіотичний аналіз, дискурс-аналіз, архетипний та аксіологічний аналіз. **Наукова новизна** полягає в тому, що в рамках вітчизняної медіакультурології та cinema studies вперше поставлено питання про те, як самі представники кіноіндустрії проблематизують, осмислюють та репрезентують засобами кіномистецтва медіа-війни, свою роль та місію в сучасному суспільстві. **Висновки.** Аналіз репрезентацій природи сучасної влади та ролі медіа, здійснений на прикладі кінонарративу «Оз: Великий і Могутній» показав вельми високу актуальність ідей М.Фуко та Ж.Бодріяра. Погляд представників медіа на свою роль в суспільстві репрезентує бодріярівський ланцюг «шоу – влада – симуляр» – замкнене коло буття сучасного медіатизованого світу. При цьому образи влади в кінонарративі знаходяться між крайніми полюсами суперечки цих двох інтелектуалів щодо природи влади: влада всюдисуща (М. Фуко) та влада – мертвий симуляр (Ж. Бодріяр). Аксіологічне ядро кінопродукту є пародійним симуляром традиційної етичності й цілком продуманим конструктом, медіа-індульгенцією, що легітимізує й забезпечує ментальну дестабілізацію суспільства, про яке попереджав Ж.Бодріяр.

Ключові слова: культурологія, медіа-культурологія, cinema studies, арт-критика, медіа-війни, М.Фуко, Ж.Бодріяр, влада, симуляр, архетип Mag, Трикстер.

Гоц Людмила Сергеевна, кандидат культурологии, доцент кафедры культурологии и информационных коммуникаций Национальной академии руководящих кадров культуры и искусств

Медиа-войны сквозь призму cinema studies: между Фуко и Бодрийаром

Цель этой статьи – исследование и экспликация культурных меседжей игрового фильма студии Walt Disney Pictures «Оз: Великий и Могучий» (2013 г.). Этот кинонарратив является ярким и резонансным образцом репрезентаций ауто-рефлексии создателей кино-индустрии о истории, социальной роли и сверхмощном влиянии кинематографа как медиума, посредника между творцами и реципиентами кино-продукции. **Методология исследования** в рамках медиа-культурологии и cinema studies базируется на структурно-функциональном подходе и следующих основных методах: формальный анализ, герменевтический и семиотический анализ, дискурс-анализ, архетипный и аксиологический анализ. **Научная новизна** заключается в том, что в рамках отечественной медиакультурологии и cinema studies впервые поставлен вопрос о том, как сами представители киноиндустрии проблематизируют, осмысливают и репрезентируют средствами киноискусства медиа-войны, свою роль и миссию в современном обществе. **Выводы.** Анализ репрезентаций природы современной власти и роли медиа, осуществленный на примере кинонарратива «Оз: Великий и Могучий» показал очень высокую актуальность идей М. Фуко и Ж. Бодрийяра. Взгляд представителей медиа на свою роль в обществе репрезентирует бодрийяровскую цепь «шоу – власть – симуляр» – замкнутый круг бытия современного медiatизованого мира. При этом образы власти в кинонарративе находятся между крайними полюсами спора двух интеллектуалов относительно природы власти: власть вездесуща (М. Фуко) и власть – мертвый симуляр (Ж. Бодрийяр). Аксиологическое ядро кинопродукта является пародийным симуляром традиционной этики и вполне продуманным конструктом, медиа-индульгенцией, которая легитимизирует и обеспечивает ментальную дестабилизацию общества, о котором предупреждал Ж.Бодрийяр.

Ключевые слова: культурология, медиа-культурология, cinema studies, арт-критика, медиа-войны, М.Фуко, Ж.Бодрийяр, власть, симуляр, архетип Mag, Трикстер.

Gotz Lyudmila, Ph.D. in Cultural Studies, Associate Professor Department of Cultural Studies and Information Communication National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts

Media wars through the lens of Cinema Studies: between Foucault and Baudrillard

The Purpose of the Article is to investigate and explicate the cultural messages of the new Walt Disney Pictures studio film «Oz: the Great and Powerful» (2013). This cinematic narrative is a vivid and resonant example of the representations of auto-reflections by creators of film industry about the history, social role and powerful influence of cinema as a medium between creators and recipients of film production. **The methodology** of the study consists in the use of structural-functional approach, formal analysis, hermeneutic and semiotic analysis, discourse analysis, archetypal and axiological analysis. **The scientific novelty** of this research lies in the fact that, for the first time within the framework of the Ukrainian cultural studies and cinema studies, it has raised the question about the way in which representatives of the film industry themselves use the means of cinema to problematize, conceptualize and represent media warfare as well as their own role and mission in modern society. **Conclusions.** The analysis of the representations of the nature of modern power and the role of media, which has been carried out using the example of the film «Oz: the Great and Powerful», has demonstrated the ideas of M. Foucault and J. Baudrillard to be of very high importance. The media representatives' view of their role in the society is represented by Baudrillard's «show – power – simulacrum» chain, which constitutes the vicious circle of the modern media world's way of being. At the same time, the images of power in film narrative are situated between the extreme poles of the dispute between two intellectuals about the nature of power: on the one hand, power is omnipresent (M. Foucault) and, on the other hand, power is a dead simulacrum (J. Baudrillard). The axiological core of a film product is a parodical simulacrum of the traditional ethics and a well-thought-out construct, a media indulgence, which legitimizes and ensures mental destabilization of society, which J. Baudrillard has warned us about.

Key words: cultural studies, media culturology, cinema studies, art criticism, *media war*, M. Foucault, J. Baudrillard, power, simulacrum, the Magician archetype, Trickster.

Актуальність теми дослідження. Особливий статус кінематографа в контексті *панування екранного типу культури* вимагає пильного і різнобічного дослідження популярного кінематографу, який інтенсивно впливає на масову свідомість, надає та легітимізує еталонні моделі поведінки. Отже, сучасні *культурні герої, архетипові образи, меседжі, культурні зразки* і проблеми, пропоновані візуальними мистецтвами, мають бути в фокусі уваги наукових досліджень.

Долучаючись до думки дослідників сучасної культури, зокрема, В. А. Курінного, зазначимо, що голлівудський кінематограф, який домінує в сучасному сінема-просторі України, у переважній більшості є

потужним, високопрофесійним *ідеологічно виваженим пропагандистським медіа-продуктом* [5] – на відміну від інших, менш фінансованих та масштабних кіноіндустрій. Отже, дослідження не випадкових ідеологем і міфологем, що репрезентує та популяризує Голлівуд, має *експлікувати сенси*, приховані від безпосереднього логічного сприйняття *атракційною естетикою*. Адже на рівні підсвідомості ці меседжі засвоюються глядачами в будь-якому разі, але, здебільшого, не рефлексуються.

Мета статті – дослідження та експлікація культурних меседжів ігрового фільму студії Walt Disney Pictures «Оз: Великий і Могутній» (2013 р.). Цей кінонарратив є яскравим та резонансним взірцем репрезентацій ауто-рефлексії творців кіно-індустрії щодо історії, соціальної ролі і надпотужного впливу кінематографа як медіума, посередника між творцями та реципієнтами кіно-продукції. Важливою ціллю цієї статті є надання прикладу культурологічного (багатогранного, синтетичного) аналізу кінонарративу з освітньою метою. Це має допомогти налаштувати *аналітичну оптику* сприймання кінематографічних образів фахівцями з гуманітарних дисциплін, зокрема – культурологів, мистецтвознавців, кінознавців, арт-критиків, тощо.

Виклад основного матеріалу. Пригодницька кінокартина в жанрі фентезі «Оз: Великий і Могутній» (2013 р.) є одним з тих продуктів мейнстріму, який здається схематично-поверховим, але приховує нетривіальні і «незручні» змісти. Ця *ревізіоністська притча про сучасність* конструюється в стилістиці сновидіння, залишаючи яскравий присмак *тотального занурювання глядача у міф*. І до міфа кінокартини «Оз: Великий і Могутній» виникає ряд питань. Про кого міф? Ким є культурний герой міфу? Які його основні меседжі та мораль? Кому такі міфи потрібні чи вигідні? Як і в якій мірі ця кінокартина виконує ідеологічну функцію?

Ексклюзивом даного кінопродукту стала *велика кількість алюзій на історію та місію кінематографа* у поєднанні з осмисленням медіакультури крізь призму *архетипів Маг та Трикстер*. В даному контексті ім'я головного героя – Оскар виявляється вельми промовистим. Образ Оскара, як і кінокартина в цілому, рясніє алюзіями на Томаса Едісона – знакову для медіа-індустрії, однак дуже неоднозначну постать. Нижче ми ще розглянемо образ Едісона детальніше.

Хронологія: дія кінострічки відбувається 1905-го року, в Канзасі та в країні Оз.

Художні особливості. Введення глядача в особливий режим сприйняття, змінений стан свідомості обмежене чіткими символічними кордонами. Двері в «магічне» відкриває «магія бренду»: в мерехтінні зірок і феєрверків матеріалізується логотип Walt Disney Pictures, що перетворюється у ворота, які ведуть у гіпнотичну фразатичну церковну естетику титрів. Вустами закликальників шапіто творці кінокартини обіцяють «захопити, налякати і зачарувати» глядача. І «привороженому» глядачу неначе сниться кіноказка-міф, яка нашіптує свої ідеологеми.

Структурно-функціональний сюжетний аналіз кінонарративу [5].

1. «Монохромний період» Оскара. Спочатку фільм стилізований під чорно-біле кіно, що занурює у атмосферу сентиментальної «магії» ретро. Головний герой Оскар Діггс постає аксіологічно «монохромним» – однозначним. У Канзасі Оскар діє виключно в своїх інтересах і має нестійкий соціальний статус (аморальна людина, шахрай). Циркач, самозванець і трикстер заробляє на життя ілюзіями, видаючи себе за могутнього чарівника Оза, а фокуси – за магію. Головною бідою, «недостачею» героя (в термінах В.Я. Проппа) є брак людяності і (це покажемо пізніше:) ... технологій медіа.

2. Подальше *нехтування етичними законами соціуму призводить до* викриття пройдисвіта Оскара та *різкого пониження його соціального статусу* до адекватного його вчинкам. Рятуючись від гніву людей, Оскар Діггс викрадає повітряну кулю, втікає з Канзасу і потрапляє в ураган, подібно Еллі-Дороті в оригінальній казці Л.Ф. Баума. Волею провидіння Оскар стає *вигнанцем-ізгоєм, Чужим*. На межі життя та смерті Оскар благає Небеса про милість: – «Я ще нічого не досяг!» І обіцяє виправитися.

3. Оскар потрапляє в інше суспільство (країна Оз), де знаходить *шанс на виправлення* свого тяжкого становища.

Художні особливості: 3D-формат Героя. Переміщення Оскара в магічний топос з повсякденності акцентується тим, що чорно-білий світ «вибухає» різмаїттям фарб. Таким чином обігран прийом, що був використаний у стрічці-піонері кольорового кінематографа «Чарівник країни Оз» (англ. The Wizard Of Oz) 1939 року. При цьому творці сучасної кінокартини «Оз: Великий і Могутній» бравують *еволюцією кінематографа*: зображення стає широкоформатним, фарби і образи – феєрично-психоделічними, монозвук – об'ємним, звучить оркестр і виникає 3D-ефект. Задум творців у тому, що сукупність цих контрастних прийомів повинна вразити глядачів, подібно до того, як колись шокував оригінальний фільм «Чарівник країни Оз».

На цьому ж етапі починається розкриття Героя. Вирвавшись із жерла урагану – символічного пекла, Оскар «воскресає» до нового життя. Антигерой «до виправлення» падає з неба у приголомшливий дигітальний «рай» країни Оз Втім, його строкатість дещо хвороблива та декадентська.

4. Ворожі сили *порушують Закон* суспільства Оз, яке нездатне захистити себе. Сухий раціоналізм і сліпа лютість, корисливість і владолюбство, персоніфіковані в образі злих відьом, що захопили владу, порушують порядок, заснований на вірі в існування добра, справедливості і «Бога»–Авторитета–Чарівника Оза.

5. Герой особисто зацікавлений у порятунку суспільства Оз, яке обіцяє йому підвищення статусу і матеріальну вигоду. Втім, іронічний афоризм «бійтеся своїх бажань – вони іноді збуваються» Оскар відчує в повній мірі. Адже йому належить довести всім, хто вірить у пророцтво (і перш за все, собі самому), що самозванець Оскар (псевдо-Оз) – і є той «чарівник»–Спаситель, Обраний, Месія, що переможе ворогів і стане гідним воцаріння на троні Смарагдового міста.

6. Герой зустрічає *Чарівних Помічників* (літаюча мавпа і порцелянова дівчинка), які: а) контрастно відтіняють характеристики героя за бінарним принципом (сильний / слабкий, чоловік / жінка, посередність / талант, людина / мавпа і лялька); б) функціонують як репрезентанти суспільства, представники якого позбавлені особливих здібностей Героя; в) функціонують як Присвячені / Хранителі таємниць уразливості героя, що, в кінцевому рахунку, санкціонують дії Героя [5].

7. Герой погано підготовлений для виконання своєї місії, але тепер він діє як в своїх інтересах, так і в інтересах соціуму. Тому нехтування етичними законами соціуму (обман не тільки ворогів, але й народу Оз) негласно легалізується, санкціонується «хорошою» владою (Глінда) і соціумом (Помічники), прощається і заохочується.

8. Кульмінація акції порятунку – битва Оскара за трон із головним антагоністом, архетиповим *Двійником* і *Тінню* – Еванорою. Її амбітність і корисливість притаманні й Оскару. Втім, на відміну від нього, Еванора – справжній маг (а не фокусник), послідовно зла (а не через слабкість), сухо-раціоналістична (а не сентиментальна).

9. Герой *перемагає* злу магію за допомогою обману, *медіа-війни*, науки, соціальних зв'язків (допомога владної особи – чарівниці Глінди і друзів), підприємливості та організаторських здібностей.

Перемога стає можливою завдяки другій символічній смерті героя – фальшивій *ініціаційній «смерті»* Оскара-людини і *«воскресіння» його в новому сакральному статусі безсмертного Мага-Божества*. За логікою міфу смерть героя стає необхідним етапом, який відкриває дорогу його сакралізації. Варто зазначити, що символічна смерть героя знаменує початок і завершення пригод Оскара в країні Оз – як перша, так і друга веда до зміни соціального статусу у позитивну сторону.

10. *Закон відновлений*. Протизаконні дії Героя (обман) виправдані усуненням небезпеки Закону/Суспільству, тому особистий інтерес Героя задоволено: амбітність і корисливість заохочуються. Шахрай «в законі» стрімко підвищує свій соціальний статус і займає місце «Бога»-Авторитета-Чарівника Оза. В додаток до матеріальної вигоди Оскар отримує «бонусний приз»: серце принцеси.

Парадокси аксіології. Проте, традиційна логіка чарівної казки перевернута: замість викриття лже-героя і нагородження справжнього героя, ці два персонажа в кінокартині «Оз: Великий і Могутній» зливаються в один образ. Щоб продемонструвати цю тезу, розглянемо *вузлові моменти наративу*.

Динаміка характеру героя. У сюжеті кінокартини навмисно акцентуються «паростки людяності» в герої – складається враження, творці фільму хочуть віддати данину традиційній моралістичності казкового жанру. Мабуть, відповідно до задуму у глядача повинно виникнути враження, що Оскар саме за людяність отримує повну індугенцію від системи і фінальне заохочення. Однак ця лінія введена надзвичайно непереконливо.

Аналіз втілення класичного *сюжету про виправлення* показує, що помітної динаміки характеру антигероя Оскара у кінострічці «Оз: Великий і Могутній» не виявлено. Ще на початку дії Оскар не є безнадійним (зачаровуючи надмірно мрійливих або корисливих пасій, він не брехав наречений, яку любив). Тільки-но пройдисвіт почав проходити «виправні» випробування, як отримав символічне відпущення гріхів: чарівна стіна Глінди, яка охороняла жителів Оз, пропускає Оскара, визнавши сумнівного Чужого за Свого – як «світлу душу».

Пройдисвіт з чесними очима залишається пройдисвітом і перестає брехати саме під тягарем гіпервідповідальності, усвідомлюючи, що він абсолютно не готовий стати Месією. В країні Оз, – як і в Канзасі, який Оскар покинув жебраком, – він *бреше, тому що люди прагнуть і вимагають оми*. Мистецтва і спритності рук для успіху недостатньо. Герой і тут не може бути собою. Жителі чарівної країни – теж люди (навіть якщо вони маги) і також чекають неможливого від Оскара, використовуючи такий знайомий владний дискурс: – «Тисячі людей чекають на тебе» (чарівниця Теодора). – «Тисячі? ... *Буди велике шоу!*» (Оскар).

Ті, кому Оскар відкриває правду, зрікаються її і змушують «героя» обманювати «во спасіння». Правителька Глінда знає правду: «Ти слабкий, корисливий, егоїст, шахрай...» і тут же вимагає: «Якщо вони (народ – прим. авт.) повірять в Вас, Ви станете чарівником! Ви можете їх *змусити повірити?*».

За кінотекстом головні магичні таланти Глінди – *наводити туман й пускати мильні бульбашки* – мають прозору символіку і корелюють з владним дискурсом – медіадискурсом. У М.Фуко найважливішою категорією, пов'язаною з поняттям влади, виявляється дискурс [7, 8]. Дискурс – це те, в чому, за допомогою чого і щодо чого безпосередньо реалізується влада. Дискурс одночасно виявляється і метою і засобом. Він є мережею промов, текстів і практик [8]. Промовисте і визнання Глінди «бульбашки просто для шоу». Адже промениста посмішка Глінди – царствена маска, захисна броня та *симулякр*, що приховує політичну і військову слабкість її влади.

Отже, за класичним, на перший погляд, образом доброї чарівниці-«янгала» стоїть релятивістська й ревізійністська етика: *мета виправдовує засоби*, чесність не ефективна.

Оскар егоїстичний і виверткий, жорстокий – бо слабкий. Сентиментальний, жадібний – і не приховує цього. Але він також винахідливий, вміє «вийти сухим із води», створити атмосферу, і, головне, *володіє технологіями створення ілюзій*. Саме ці якості ведуть його до успіху і влади, оголюючи *фундаментальний меседж фільму: головне, справляти потрібне враження, і не важливо, хто ти є насправді*. «Істинне» недосконале і репресується культурою як слабе, ганебне, непотрібне.

Саме прагнення злитися з очікуваннями «глядачів» змушують Оскара розвивати мистецтво маніпуляції, щоб відполірувати подвійне буття Оскара-людини і Оскара-мага «Оза» до очікуваного глянце. Так, усе людське повинно не стільки змінитися (виправитися), скільки стати надлюдським. У певній оптиці – медіа.

Чарівна книга. Озброївшись книгою «Mastering magic» («опановуємо магію») Оскар сподівається *перемогти полюс зла – удосконаливши медійні винаходи* Едісона. Сфокусуємо увагу на цій фігурі,

символічний як для медіа, так і для даного кінонарративу. В реальному житті за «чудеса» науки і підприємливості Т.А. Едісон отримав від журналістів прізвисько «Чарівник з Менло-Парк» (так називалося місце знаходження його лабораторії).

У 1877 р. Едісон винайшов фонограф (перший прилад для запису і відтворення звуку), удосконалив телеграф, телефон, кіноапаратуру – тобто засоби медіа. Едісон став класичним зразком американської підприємливості: не стільки винахідник (Едісон відомий широким присвоєнням плодів чужої праці), скільки іміджмейкер, шоумен і гуру від PR.

Оскар і Глінда «Mastering magic». – «Тут є все: спритність рук, обман, ілюзія ... Я знаю, ви чекали іншого чарівника, але, можливо, саме я вам і потрібен» (Оскар). – Ви сказали, що Ви шахрай? (Глінда). – Професійний! (О.). – Хитрий пройдисвіт? (Г.) – Так! (О.). – Жахливий обманщик? (Г.) – Найпідступніший! (О.). – балаганний фокусник покаже шоу! (Г.). – Шоу, яке випередить час! (О.). Такого ще ніколи не бачила країна Оз: магія, містика, престіжітація! (О.) – «Неможливого немає, якщо все добре продумати!» (О.)

Ж. Бодріяр писав про те, що влада, замість того щоб придушувати, опановує дискурсами (щодо об'єктів, у яких зацікавлена влада) і знаходить нову, більш ефективну стратегію управління [4]. Не маючи можливості перемогти противника за допомогою *реальної сили* – адже її просто *нема* – Оскар готується до медіа-війни.

Вдосконалений їм апарат проектує віртуальний образ прямо в повітря. Зазначимо, що одним з важливих шарів багатогранної семантики цього епізоду є обігравання творцями фільму очікуваного *майбутнього медіа*. Адже значимою гілкою сучасних розробок є удосконалення технологій, які дозволяють вийти медіа за екранні межі (наприклад, 3D-проектор без екрану).

Створений Оскаром віртуальний джин вигукує: – «Я скинув смертну оболонку(!) і став могутнішим ніж коли-небудь! У вас залишилися сумніви?» – й святкує свій триумф. Адже *медіа-«магія» сильніше «справжнього чаклунства»*. Джин – образ, також не випадковий: у фольклорі доісламської епохи це *боги*, а пізніше – нечисть, *демон що виконує бажання*.

Еволюція героя. Окреслимо дві основні гілки еволюції героя: соціальну і технічну.

1) В соціальному розрізі Оскар рухається від чистого егоїзму до визнання необхідності узгоджувати особисті інтереси з громадськими. Так моделюється вирішення проблеми, пов'язаної з напругою індивід – суспільство, тобто успішної соціалізації індивіда.

2) Герой все більше вірить у рятівну цінність ілюзій. Невпевнений у собі фокусник-невдаха за допомогою чарівних помічників видобуває *чарівний предмет* (В.Я.Пропп) – (засіб медіа), який допомагає досягти мети. Пройшовши *ініціацію* – вирішальну битву з собою і Еванорою (Тінь Оскара), герой злітає на вершину політичного шоу-бізнесу. Ініціація, по-суті – битва масок. І перемагає той, хто тримає маску до кінця. Самовпевнена Еванора розкрила свою суть передчасно, в чому програла Оскару. У фінальних кадрах Оскар *роздає подарунки*, останнім з яких стала *маска*: Похмурий Нок отримує накладну посмішку – і всі радять йому частіше її одягати.

Погляди на природу сучасної влади: М.Фуко vs Ж. Бодріяр. Пригадуючи суперечку про природу сучасної влади двох класиків критичної теорії культури – М.Фуко та Ж.Бодріяра, спробуємо накласти їх основні ідеї на владний дискурс, репрезентований у фільмі «Оз: Великий і Могутній».

Описуючи процеси, характерні для суспільства у розрізі синхронії Фуко наголошує на тотальності влади, яка просочує собою пористу тканину соціального, ментального й тілесного [4].

При цьому М.Фуко вважав, що історія йде по спіралі і в діахронії розвиток влади проходить такі етапи:

1) деспотична – одностороння влада 2) дисциплінарна – влада охоплює все суспільство та ставить кожну людину на своє місце, приписує їй певний ранг, чим наглядає за дисципліною і 3) мікроклітинна – субстанціональна для суспільства. Тобто М.Фуко вважав, що в сучасному світі відбувається розсіювання влади: влада, насправді, всюдисуща. Вона контролює все, будь-яку нашу дію [4].

У фільмі «Оз: Великий і Могутній» нерідко репрезентовано цей принцип. Наприклад, в сюжетній лінії змовницького визнання «помічниками» (в термінах В. Проппа) шахрая – фейкового Оза за справжнього «Рятівника»-мага. «Помічники», що відіграють важливу легітимізуючу функцію, хранителі таємниць уразливості героя – саме вони, в кінцевому рахунку, *санкціонують дії Героя* на шляху до влади, контролюють його. Ці непомітні «гвинтики» системи й репрезентанти «громадянського суспільства» [5] на всіх шаблях соціальної ієрархії виступають як повноправні суб'єкти влади – «сірі кардинали». А Оскар перетворюється на *маріонетку* у їх руках.

Погляди на природу влади М.Фуко та Ж. Бодріяра суттєво відрізнялись. Проте, репрезентація владного дискурсу в аналізованому фільмі віддзеркалює і погляди Фуко і тези Бодріяра. У розумінні Ж. Бодріяра *влада оборотна*.

Якби влада, як і виробництво, були б незворотні, якби влада і виробництво діяли за моделлю безперервного накопичення, ми були б уже поховані під ними. Щось пручається нескінченності влади, її односторонньому здійсненню [4, 69]. Насправді запаси (влади, виробництва, несвідомого) поглинають самі себе. Не видно різниці між тими, хто панує, і тими, хто підкоряється, ця різниця більше не має сенсу, не тому що ролі ці взаємозамінні, але тому що влада оборотна за своєю суттю [4, 69]. «Все прагне обмінюватися, обертатися, знищуватися в циклі» [4, 71] – тому Ж. Бодріяр констатував *кінець влади в сучасному світі*.

Якщо М.Фуко вважав владу всюдисущою, субстанціональною для суспільства, то Ж.Бодріяр вважав, що з владою відбуваються метаморфози доти, поки вона не зникає на новому витку спіралі, про який Фуко не мав і гадки [4]. «Коли стільки говорять про владу, це означає, що її більше ніде немає» [4, 86], – вважає Бодріяр. Є тільки симулякр влади. Влада симулює владу так само, як медіа лише імітують акт комунікації [2]. Ж. Бодріяр розмірковує над тим, що влада мертва, «справа не просто в розсіюванні влади, а в тому, що

вона повністю, поки ще незрозумілим для нас чином, розчинилася, обернулася у свою протилежність, самоусунулася або стала гіперреальністю (шляхом пустого множення свого образу в медіа – прим. авт.) в симуляції» [4, с. 40].

У фільмі «Оз: Великий і Могутній» репрезентована також і ця ідея. Влада мерехтить. Вона неначе є, і, одночасно, її нема. Урешті-решт, влада – це *гротескний медіа-джин, симулякр*, за допомогою якого Оскар стає правителем країни. Загадаємо, що Бодріяр писав, що симулякр завжди принагідний більше, ніж реальна річ. І він завжди гротескний [1].

Ця влада симулякра-медіа – удавана, вона базується на «фокусі». Проте, *всі інші варіанти влади, більш «реальні» та матеріальні – підкоряються чи зливаються з медіа-владою*.

Ідеально корелює з фільмом також наступні теза Ж.Бодріяра: влада сьогодні чарівна як привабливий предмет ностальгії, як безумовно привабливий симулякр. Ця універсальна чарівність влади ... настільки інтенсивна, тому що це шарм влади мертвої, що характеризується ефектом воскресіння всіх вже бачених форм влади непристойним і пародійним чином [4].

У фільмі «Оз: Великий і Могутній» ностальгічна сентиментальна «магія» ретро-відеоряда, солодкавий шарм Оскара та Глінди – все містить присмак пародійності та непристойності. Адже у світі наративу цієї кінострічки сакральний статус мають тільки технології мас-медіа. А який «бог» культури, такі і її цінності.

Якщо у М.Фуко влада – реальна, вона зростає і охоплює собою все новіші сфери життя людини, то у Ж. Бодріяра влада – це симуляція, адже сама реальність більш не важлива, а, отже, нереальна. У праці «Фатальні стратегії» (1983) він стверджує, що «отримавши загальне поширення, симуляція *вмертвила реальність* і замінила її *гіперреальністю*». Отже, за Бодріяром, симулякр не тільки не нижче того, що він симулює, а, навпаки, він представляє посилену або доведену до вищої стадії форму, більш реальну, ніж сама реальність.

В книзі «Гіпотези про тероризм» Бодріяр застерігає людство про те, що заперечення реальності – саме по собі терористично. Краще все що загодно, ніж оспорювання її як такої. Те, що потрібно рятувати перш за все, так це принцип реальності. Негаціонізм – ворог суспільства номер один. Однак «насправді, ми вже живемо в повній мірі негаціоністському суспільстві. Більше жодна подія не є реальною. ... Якщо тероризму і фізичній нестабільності можна протиставити весь апарат репресії і апотропії, то від цієї *ментальної нестабільності* нас ніщо не захистить» [3, 40].

Наукова новизна полягає в тому, що в рамках вітчизняної медіакультурології та cinema studies вперше поставлено питання про те, як самі представники кіноіндустрії проблематизують, осмислюють та репрезентують засобами кіномистецтва медіа-війни, свою роль та місію в сучасному суспільстві.

Висновки. Досліджений нами на прикладі фільму «Оз: Великий і Могутній» погляд представників медіа на самих себе репрезентує бодріярівський ланцюг «*шоу – влада – симулякр*» – замкнене коло буття сучасного медіатизованого суспільства. Аналіз *репрезентацій природи сучасної влади та ролі медіа*, здійснений на прикладі зазначеного кінонаративу показав вельми високу актуальність ідей М.Фуко та Ж. Бодріяра. Свідомо чи ні, але творці цього кінопродукту трансплюють меседжі, вкрай співзвучні тим, які висловлювали і Фуко і Бодріяр. При цьому образи влади парадоксальним чином знаходяться між крайніми полюсами суперечки цих двох інтелектуалів щодо природи влади: *влада вездесуща* (М. Фуко) – та *влада – мертвий симулякр* (Ж. Бодріяр). Досліджуваний наратив мімікрує під кінопродукт, що пропагує дещо осучаснені консервативні етичні цінності. Це відображено у традиційних моралістичних сюжетних кліше та візуальних образах фільму. Але, при глибокому аналізі традиційна логіка й аксіологія чарівної казки у досліджуваному кінопродукті виявляється майже повністю спотвореною, перевернутою. Зокрема, замість викриття *лже-героя* і нагородження *героя справжнього*, ці два персонажа в кінокартині «Оз: Великий і Могутній» *зливаються в єдиний образ*. Аксіологічне ядро кінопродукту є пародійним симулякром традиційної етичності й цілком продуманим конструктом, медіа-індульгенцією, що легітимізує й забезпечує ментальну дестабілізацію суспільства, про яке попереджав Ж.Бодріяр.

Література

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М.: Республика; Культурная революция, 2006. 269 с.
2. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добро-свет, 2000. 387 с.
3. Бодрийяр Ж. Дух терроризма. Войны в заливе не было / Пер. с фр. А. Качалова. М.: Рипол-классик, 2016. 224 с.
4. Бодрийяр Ж. Забыть Фуко/ Перевод Д.Калугина. Санкт-Петербург: Владимир Даль, 2000. 96 с.
5. Куренной В. Философия фильма: упражнения в анализе. М.: Новое литературное обозрение, 2009. 232 с.
6. Неретина С.С. Апории дискурса / Рос. акад. наук, Ин-т философии ; С.С. Неретина, А.П. Огурцов, Н.Н. Мурзин, К.А. Павлов-Пинус. М. : ИФ РАН, 2017. 119 с.
7. Фуко М. Археология знания. Киев: Ника-Центр, 1996. 208 с.
8. Фуко М. Воля к истине. По ту сторону знания, власти и сексуальности. М.: Магистериум-Касталь, 1996. 197 с.

References

1. Baudrillard, J. The Consumer Society. Myths and Structures (2006). M. : Respublika; Kulturnaya revolyutsiya [in Russian].
2. Baudrillard, J. Symbolic Exchange and Death (2000). M. : Dobro-svet [in Russian].
3. Baudrillard, J. The Spirit of Terrorism. The War in the Gulf Did Not Take Place (2016). M. : Ripol-classic [in Russian].
4. Baudrillard, J. Forget Foucault (2000). St. Petersburg: Vladimir Dal [in Russian].
5. Kurennoy, V. Philosophy of the film: Exercises in the analysis (2009). M.: Novoe Literaturnoe Obozrenie [in Russian].
6. Neretina, S. S. Aporia of discourse (2017). ROS. Akad. Sciences, Institute of philosophy. S.S Neretina, A.P. Ogurtsov, N.N. Murzin, K.A. Pavlov-Pinus. M.: IPH RAS. [in Russian].
7. Foucault, M. The Archeology of Knowledge (1996). Kyiv: Nika-Center [in Russian].
8. Foucault M. The Will to Truth. On the other side of knowledge, power, and sexuality (1996). M. : Magisterium-Kastal [in Russian].